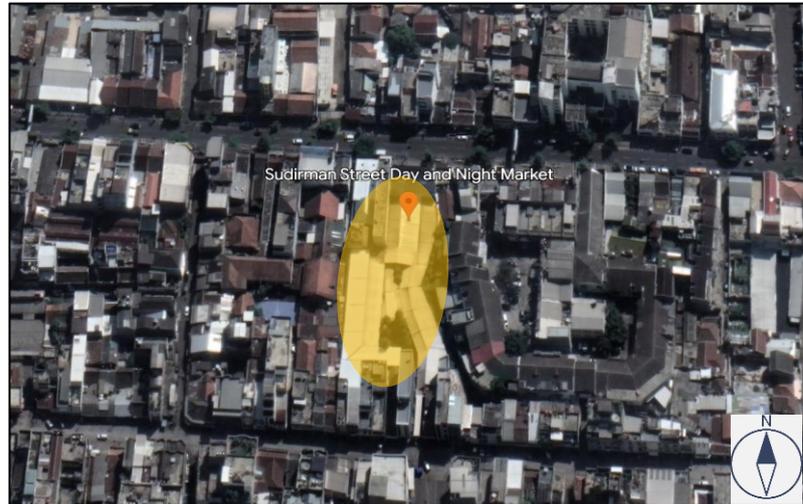


BAB II

DESKRIPSI PROYEK

2.1 Umum



Gambar 2. 1 Lokasi Perancangan
Sumber : *Google Maps*

Data umum mengenai Sudirman *Street Food Market* sebagai berikut:

Lokasi : Jl. Jend. Sudirman No.107, Kecamatan Astanaanyar, Kota Bandung.

Luas Lahan : 5.686 m²

KDB : 70%

KLB : 2,8

KDH : min 20%

Peruntukan zona: Zona Perdagangan dan Jasa (Berdasarkan RDTR Kota Bandung)

Batas Lahan

Batas Utara : Jalan Jend. Sudirman

Batas Selatan : Jalan Cibadak

Batas Barat : Ruko

Batas Timur : Pertokoan

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 19 Tahun 2009, Tentang Pengelolaan Kawasan dan Bangunan Cagar Budaya, Jl. Jendral Sudirman termasuk dalam kawasan kota lama Bandung yang memiliki karakter dan ciri khas, yaitu kawasan pecinan dan perdagangan.

2.2 Studi Literatur

2.2.1 Pengertian Food Market

Pusat Jajanan Kuliner merupakan tempat usaha yang dikelola dan dibangun oleh pemerintah atau pun swasta yang memiliki kegiatan utamanya yaitu menjual produk-produk makanan dan minuman (Permendag No. 21 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan).

Pujasera merupakan suatu tempat makan yang terdiri dari kios-kios makanan dalam suatu kawasan yang terkoordinasi. Pada area ini disediakan area makan umum bagi pengunjung (Sutedja, 2006).

Jadi, food market adalah sebuah pusat kuliner yang terdiri dari gerai-gerai makanan yang menyediakan beranekaragam makanan dan minuman. Daya tarik food market tidak hanya makanan dan minuman yang ditawarkan, tetapi juga keindahan suasana lingkungannya. Oleh karena itu, tempat ini sering kali menjadi objek tujuan wisata.

2.2.2 Wisata Kuliner

Wisata Kuliner merupakan suatu aktivitas yang memiliki tujuan utamanya untuk mengunjungi suatu kegiatan kuliner dan menikmati makanan dan minuman di suatu daerah. Menurut C.M. Hall (dalam Jayson,V & Halim, M., 2022) terdapat beberapa bentuk dari *food tourism* :

- *Urban Tourism*

Urban Tourism merupakan suatu kegiatan makan di suatu tempat makan pada saat berekreasi atau mengunjungi acara festival untuk memenuhi kebutuhan makan selama berekreasi. Kegiatan ini memiliki

maksud untuk berekreasi, sehingga minat terhadap makanan lokal cenderung rendah.

- *Culinary Tourism*

Culinary Tourism adalah kegiatan yang melibatkan mencicipi makanan lokal suatu daerah. Kegiatan ini memiliki tujuan untuk menyantap makanan dan minuman serta juga mengikuti suatu aktivitas kuliner yang tersedia seperti kunjungan ke pusat industri makanan. Kegiatan ini memiliki minat yang sedang terhadap makanan lokal. Terdapat beberapa faktor objek *culinary tourism* dapat menarik wisatawan diantaranya:

- Keanekaragaman kegiatan kuliner yang disediakan
- Hidangan yang disajikan
- Desain tempat yang menarik
- Tempat yang nyaman
- Harga yang terjangkau
- Pelayanan yang baik

- *Gastronomy Tourism*

Gastronomy Tourism adalah Kegiatan mengunjungi suatu daerah untuk menikmati kuliner lokal dan mempelajari lebih dalam mengenai kuliner lokal. Menikmati dan mengenal kuliner lokal menjadi tujuan utama dalam kegiatan ini, sehingga terdapat minat yang kuat terhadap masakan lokal.

Makan yang semula hanya aktivitas yang biasa dilakukan di dalam rumah, kini beralih menjadi aktivitas rekreasi yang memerlukan waktu untuk bersenang-senang. Hal ini menimbulkan munculnya berbagai tempat makan untuk berbagai kalangan. Selain itu, Menyantap makanan di suatu tempat makan dapat membantu pengunjung menghilangkan stres dengan merasakan suasana baru. Keberadaan tempat makan tersebut merupakan respon terhadap perubahan gaya hidup masyarakat. Pada saat ini, tempat makan tidak hanya sekadar untuk makan, tetapi juga memiliki banyak fungsi lain, seperti untuk bersosialisasi, bekerja, dan berdiskusi.

Kedai-kedai yang didesain dengan baik akan menarik perhatian pengunjung terutama pengunjung yang berusia muda. Selain itu, daya tarik interior dapat membantu kedai dalam berjualan karena dengan adanya daya tarik, maka pengunjung akan terdorong untuk berfoto dan membagikannya di media sosial. Hal ini dapat meningkatkan pemasaran tempat tersebut.

Ruang publik yang disukai oleh generasi muda yaitu ruang yang bersifat fleksibel, sehingga orang tidak hanya dapat melakukan satu aktivitas saja di tempat tersebut, tetapi dapat melakukan berbagai aktivitas. Ruang yang fleksibel tidak memiliki sekat yang masif. Selain itu, ruang yang unik dapat menarik minat generasi muda terhadap tempat tersebut.

Penurunan kualitas ruang seperti fasilitas umum dan sosial dalam kota dapat mengakibatkan menurunkan nilai ekonomi suatu kawasan perkotaan. Menurunnya industri kreatif dapat membuat perekonomian lokal terhenti dan aktivitas ekonomi akan berpindah ke tempat lain.

Pengalaman yang diingat oleh pengunjung dari suatu wisata kuliner terdiri dari elemen-elemen seperti tempat, atmosfer, makanan, dan faktor sosiokultural makanan. Aspek utama dalam wisata kuliner adalah interaksi antara orang, tempat, budaya, dan makanan. Perkembangan kuliner akan terus berubah sesuai dengan permintaan masyarakat. Hal yang harus tetap diperhatikan oleh pedagang adalah pelayanan terhadap konsumen, pengalaman dalam menyantap makanan, dan juga kualitas makanan.

2.2.3 Fasilitas Fisik untuk Pedagang

Fasilitas fisik untuk pedagang kaki lima dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- Kios, fasilitas jenis ini biasanya digunakan oleh pedagang kaki lima yang tergolong permanen karena secara fisik sulit untuk dipindahkan.
- Gerobak, tempat berjualan seperti ini dapat berpindah dengan cara didorong. Biasanya pedagang yang menggunakan gerobak dapat memakai atap terpal untuk menjaga kualitas dagangannya.
- Warung semi permanen, tempat berjualan seperti ini terdiri dari gerobak-gerobak yang sudah ditata. Selain itu, dilengkapi dengan meja dan kursi dan juga ditutupi oleh atap terpal.

- Jongko, tempat ini dapat mempunyai atap atau tidak. Biasanya dipilih oleh pedagang yang lokasinya tergolong permanen.
- Alas, pedagang menjual barang dagangan diatas alas yang telah disiapkan.
- Pikulan, biasanya digunakan oleh pedagang keliling yang bertujuan agar mudah berpindah tempat.

Berdasarkan sifat pelayanannya, pedagang kaki lima dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, diantaranya:

- Pedagang tidak menetap, pedagang jenis ini berpindah-pindah ke tempat lain untuk menjual dagangannya.
- Pedagang semi menetap, pedagang berjualan menetap sementara waktu di suatu tempat dan dapat berpindah ke tempat lain.
- Pedagang menetap, pedagang berjualan menetap di suatu lokasi tertentu.

2.2.4 Kriteria Koridor Kuliner

Terdapat kriteria umum sebuah koridor kuliner, diantaranya:

- Keterhubungan
Jalan menuju lokasi haruslah mudah untuk diakses oleh pengunjung. Hal ini dapat dilakukan dengan adanya jalur pejalan kaki yang terhubung ke berbagai tempat. Selain itu, terdapat parkir *on street* yang terhubung dengan lokasi kuliner.
- Tata Guna Lahan
Lahan tempat kuliner harus dapat dimanfaatkan dengan optimal. Sehingga dari pagi sampai malam tempat tersebut ramai dikunjungi oleh pengunjung. Selain itu, lokasi kuliner harus dekat dengan jalur pejalan kaki dan jalan.
- Keindahan
Aspek keindahan dapat ditunjukkan melalui pola desain perkerasan jalur pejalan kaki yang menarik. Hal lainnya yang dapat menambah nilai keindahan, yaitu desain kios pedagang yang baik.

- Kejelasan
Untuk mempermudah pengunjung dalam mengenali tempat kuliner maka tempat tersebut harus dilengkapi dengan *signage*. Hal lain yang juga penting untuk disoroti adalah pengelompokan dagangan.
- Kenyamanan
Agar jalur pejalan kaki dapat dirasakan nyaman oleh pejalan kaki, maka jalur tersebut harus memiliki elemen peneduh dan ramah terhadap kaum disabilitas.

2.3 Studi Banding

Paskal Food Market

Lokasi : Bandung, Indonesia



Gambar 2. 2 Paskal Food Market
Sumber : Dokeumentasi Pribadi

Paskal Food Market berada di kawasan Paskal Hypersquare, Bandung. Tempat ini menyediakan beraneka ragam menu makanan dan minuman. Tempat kuliner ini memiliki penataan pedagang yang rapih dan kondisinya cukup bersih.

Paskal Food Market memiliki area makan *outdoor* dan *indoor*. Pada area *outdoor*, pengunjung dapat menikmati makanan sambil menikmati keindahan tanaman yang ada di area tersebut. Selain itu, area outdoor juga dilengkapi dengan air mancur. Sementara itu, pada area *indoor* terdapat lampu-lampu kecil yang menghiasi di sepanjang area *indoor* dapat membuat suasana lebih hangat.

Markthal Rotterdam

Lokasi : Rotterdam, Belanda



Gambar 2. 3 Markthal Rotterdam

Sumber : *Archdaily*

Bangunan ini terletak di Rotterdam, Belanda. Markthal Rotterdam berhasil menggabungkan berbagai fungsi, yaitu kombinasi gedung apartemen dengan toko makanan dan pasar. Selain itu, tempat ini juga memiliki keunikan yang terletak pada bentuk dan ukurannya.

Markthal Rotterdam memberikan kontribusi yang besar untuk perekonomian kota. Melalui pasar makanan, toko-toko dan apartemen, tempat ini menciptakan koneksi di lingkungan sekitarnya. Pada lantai dasar dan lantai satu terdapat berbagai ritel, kafe, dan juga restoran. Untuk di lantai basement, terdapat supermarket yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari.

Bangunan ini dirancang terbuka untuk menarik perhatian masyarakat. Markthal Rotterdam memiliki interior yang berwarna-warni. Bagian luar Markthal Rotterdam menggunakan batu alam berwarna abu-abu, hal ini dilakukan untuk menonjolkan bagian interiornya. Markthal Rotterdam berhasil menjadi ikon dan menarik banyak pengunjung. Semua sisi bangunan memiliki akses untuk pengunjung.